

Regionaal Programma Detailhandel 2013 Stadsregio Arnhem Nijmegen

Aanvullende informatie

College van Bestuur
Stadsregio Arnhem Nijmegen
29 augustus 2013



Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding	4
A. Effecten bouw- en tuinmarkt Ressen en grootschalige sportzaak Olympus Park	6
B. Acties en maatregelen ter versterking binnensteden Arnhem en Nijmegen	14
C. Reacties ondernemers	17
D. Voorlopige reactie provincie	26

Inleiding

Proces

Begin 2012 is de Stadsregio Arnhem Nijmegen gestart met een evaluatie van het detailhandelsbeleid. Doel van de evaluatie is het vaststellen van een visie op (de ontwikkeling van) de detailhandelsstructuur in de stadsregio en het vastleggen van afspraken tussen de deelnemende gemeenten over nieuwe detailhandelsontwikkelingen in de regio. Inmiddels is het evaluatietraject afgerond en zijn de visie en afspraken over perifere detailhandel opgenomen in het Regionaal Programma Detailhandel (RPD). Het RPD is op 27 juni 2013 geaccordeerd door het College van Bestuur van de stadsregio en is aangeboden aan de Colleges van bestuur van de 20 stadsregiogemeenten.

Extra informatie

In het laatste deel van het traject is uit een bestuurlijk overleg op 17 mei jl. een aantal vragen gekomen die in de periode tot de Stadsregioraad op 24 oktober 2013 verder uitgewerkt zouden worden. Deze vragen konden niet meer in het RPD verwerkt worden maar zijn wel van belang om tot goede besluitvorming te komen. Het gaat om de volgende vragen:

- Hoe verhoudt een Hornbach/Decathlon/Saturn zich tot de omliggende kernen? Ook wordt aandacht gevraagd voor een goede landschappelijke inpassing van Hornbach. Zie hoofdstuk A
- Wat gebeurt er momenteel ter bescherming en versterking van de binnensteden van Arnhem en Nijmegen? Zie hoofdstuk B
- Hoe kijken partijen als de Kamer van Koophandel en brancheorganisaties aan tegen de visie op de ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur? Zie hoofdstuk C
- Wat betekent besluitvorming in de Stadsregioraad voor de gemeente Zevenaar, die voor de ontwikkeling van Spoorallee een goedgekeurd bestemmingsplan heeft? Zie hoofdstuk D
- Hoe wil de provincie omgaan met een vastgesteld RPD dat (mogelijk) op punten afwijkt van de Omgevingsvisie? En in hoeverre is juridische borging van het RPD in de verordening van de Omgevingsvisie mogelijk? Zie hoofdstuk D

Bovenstaande vragen zijn afgelopen maanden uitgewerkt in nauwe samenwerking met de provincie, de gemeenten Arnhem en Nijmegen, KvK en BRO in onderliggende notitie verwerkt.

Het RPD zal tezamen met deze notitie op 24 oktober aanstaande ter besluitvorming in de Stadsregioraad worden behandeld.

Provincie en het RPD

Gezien het belang van het standpunt van de provincie gaan we hier in deze inleiding specifiek op in. De reactie van de provincie is opgenomen in onderdeel D.

De provincie spreekt waardering uit voor het proces van samenwerking tussen de gemeenten en de stadsregio in het detailhandelstraject en de programmatische afspraken die gemaakt zijn. Verder gaat de provincie in haar advies specifiek in op de keuzes van de stadsregio betreffende perifere detailhandelsontwikkelingen in Duiven, Zevenaar, Arnhem en Nijmegen.

In reactie op het advies van de provincie willen wij de leden van de Stadsregioraad het volgende meegeven:

- Om te komen tot het RPD zoals dat nu voorligt is tezamen met 20 stadsregiogemeenten een **zorgvuldig afstemmingstraject** doorlopen. Keuzes zijn gemaakt op basis van veelvuldig bestuurlijk- en ambtelijk overleg en vele onderzoeken die in opdracht van de stadsregio zijn uitgevoerd. Dit heeft geleid tot bestuurlijke consensus over het RPD op 29 mei jl. Het RPD is in juni jl. vastgesteld in het CvB van de stadsregio.
- De provincie hecht groot belang aan versterking en bescherming van de binnensteden en bestaande winkelgebieden. Wij **onderschrijven** dit belang. Om deze reden staat het **gezond houden van onze binnensteden** in het RPD voorop. De keuzes die in het RPD gemaakt worden frustreren op geen enkele wijze dit belang. Hoe we de binnensteden (gaan) beschermen en versterken is uitgebreid beschreven in de bijgevoegde notitie.
- Wij kunnen ons vinden in de reactie van de provincie betreffende Zevenaar en Duiven. Beide lijnen zijn ook in het RPD verwerkt.
- Met onze hoofddoelstelling streven wij net zoals de provincie naar een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Hierbij hoort een zo compleet mogelijk voorzieningenpakket voor de consument en perspectief voor ondernemers en marktpartijen om te kunnen/willen investeren in vernieuwing. Wij zijn wel van mening dat toekomstige **detailhandelsontwikkelingen** plaats moeten vinden in het **middengebied** van de stadsregio, tussen de steden Arnhem en Nijmegen. Dit omdat hier de bevolkingsgroei plaatsvindt en de grote ruimtelijke ontwikkelingen hier worden gerealiseerd. Het middengebied is het stedelijke centrum van Gelderland. Op de lange termijn gaat het hier gebeuren.
- Wij beseffen dat op dit moment **zeer terughoudend** moet worden omgegaan met **nieuwe ontwikkelingen**. Dit gezien de beperkte marktruimte, de crisis en de ontwikkelingen in de detailhandel (zoals internet). Om deze reden is er flink gesneden in het detailhandelsprogramma voor zowel Gelredome als Ressen. De provincie zet met haar advies **alle detailhandelsontwikkelingen voor de lange termijn voor het middengebied op slot**. Als regio kunnen wij dit **niet ondersteunen**. Dynamiek in het stedelijke centrum van Gelderland achten wij namelijk van groot belang.
- **De taak van de regio is het uitzetten van beleidskaders**. De gemeente werkt deze kaders uit. Zoals gezegd willen wij als regio de toekomstmogelijkheden van het middengebied niet volledig op slot zetten. Daarom vinden wij het van groot belang om ruimte voor dynamiek en vernieuwing voor Ressen en Olympus Park open te houden.
- Om de vestiging van detailhandel op Ressen en Olympus Park mogelijk te maken, is een wijziging van het bestemmingsplan **voor beide locaties** noodzakelijk. Zowel de gemeente Arnhem als Nijmegen zullen dus, bij het indienen van een nieuw bestemmingsplan, **een goede onderbouwing** moeten geven voor de eventuele vestiging van een bouwmarkt c.q. sportzaak. Het RPD geeft regels hoe om te gaan met nieuwe initiatieven. Deze moeten passen binnen de uitgangspunten van het RPD, binnen het regionale beleidskader voor detailhandel. De stadsregio ziet hierop toe en zal initiatieven toetsen aan dit kader. De toetsing van het bestemmingsplan ligt bij de provincie. Het is aan de gemeente zelf om verantwoording voor de voorziene ontwikkeling volgens de SER ladder af te leggen. Daarmee geeft het RPD de beleidsruimte aan maar ligt de uiteindelijke toetsing bij de provincie in de bestemmingsplanprocedure.

Kortom: wij nemen het advies van GS serieus en zien op de meeste punten overeenstemming tussen het RPD en de Omgevingsvisie. Wat betreft het overige hebben wij echter geen inhoudelijke argumenten gezien die ons een andere koers doet varen. Wij staan achter het RPD en de keuzes die hierin gemaakt zijn. Het is aan de Stadsregioraad om hier een uiteindelijk besluit in te nemen.

A. Effecten bouw- en tuinmarkt Ressen en grootschalige sportzaak Olympus Park

1.1 Het concept

Het concept van een grootschalige bouw- en tuinmarkt is naar Nederland overgewaaid uit Duitsland. Met name de firma Hornbach heeft meerdere van deze winkels in Nederland gerealiseerd. Recent heeft een tweede partij, Bauhaus, ook concrete plannen gepresenteerd voor de realisatie van vestigingen in Nederland. Beide bedrijven kennen op hoofdlijnen een zelfde schaal en opzet. De formule bestaat uit een combinatie van een bouwmarkt, tuincentrum en een "drive-in".

- **Bouwmarkt.** Dit deel omvat het reguliere assortiment van bouwmarkten, maar met een relatief breed en diep assortiment. Het productenaanbod bestaat onder andere uit sanitair,- raam-, wand- en vloerdecoratie (verf, behang, zonwering, etc.), gereedschappen, hout- en ijzerwaren en bouwmaterialen. Het betreft hier een relatief grote, moderne bouwmarkt, die zich in het assortiment en de service deels ook op de professionele markt (aannemers, bouwvakkers) richt. Ten opzichte van de gemiddelde Nederlandse bouwmarkt is het assortiment per artikelgroep aanzienlijk uitgebreider. Ook is er meer aanbod in de sfeer van woninginrichting (met name tapijten en vloerbedekking).
- **Tuincentrum.** Het tuincentrumgedeelte bestaat deels uit kassen en deels uit een buitenverkoopplaats. Het assortiment komt overeen met dat van een regulier tuincentrum, met zowel 'levende' als 'dode' materialen. Wel is de omvang t.o.v. reguliere, moderne tuincentra relatief klein. Een groot deel van het aanbod aan 'dood' tuinmateriaal, zoals tuinhout en tuingereedschap, is overigens ook te vinden in de reguliere Nederlandse bouwmarkten. Evenals bij het overgrote deel van de grotere Nederlandse tuincentra is er ook een dierenafdeling aanwezig.
- **Drive-in voor bouwmaterialen.** Grote, moderne bouwmarkten bieden ook een 'drive-in' (enige duizenden m²), waar klanten direct de veelal volumineuze artikelen in hun auto kunnen laden. Door het volumineuze karakter van de artikelen en de benodigde verkeersruimte is de hier gerealiseerde omzet relatief beperkt. Het drive-in gedeelte richt zich ook specifiek op de kleine aannemer.

Kenmerkend voor dit soort winkels is de zeer ruime keus aan artikelen (ruim 55.000 per winkel direct beschikbaar, en nog eens 60.000 te bestellen artikelen), met meer dan gemiddelde voorraden. Het bezoek aan een bouwmarkt is voornamelijk gericht op snel en efficiënt inkopen doen. Het ruime assortiment, de lage prijzen en de prijs-kwaliteitverhouding zijn bovendien belangrijke keuzemotieven voor bezoek aan dergelijke zaken. De samenstelling van assortiment komt in grote lijnen wel overeen met dat van de Nederlandse bouwmarkten en tuincentra, maar er worden veel minder (actiematig) branchevreemde artikelen zoals elektronica, fietsen, witgoed, etc. verkocht. Wel vormt de aanwezigheid van een afdeling met posters, lijsten, etc. een verschil met de Nederlandse formules.

(Sub)regionale trekkracht

Door de formule, grootschaligheid en het beperkte aantal vestigingen onderscheiden deze soorten bouwmarkten/tuincentra zich van de reguliere bouwmarkten en tuincentra. In het algemeen hebben zij daardoor ook een grote regionale trekkracht. Zij vormen veelal een goede aanvulling op de lokale retailstructuur. Hornbach gaat bijvoorbeeld uit van een primair verzorgingsgebied met een straal van ongeveer 30 kilometer en ca. 200.000 inwoners. Door locatie, goede ontsluitingen en bereikbaarheid kan dit eventueel een groter gebied worden.

Basiskkenmerken

In het volgende overzicht zijn enkele kwantitatieve kenmerken van een moderne grootschalige bouwmarkt annex tuincentrum weergegeven (met name gebaseerd op informatie van Hornbach).

Aspecten	Gemiddelde omvang
Totale oppervlakte	min. 4 à 4,5 ha
Bebouwde oppervlakte	18.000 – 23.000 m ² bvo
Gemiddelde vestigingsoppervlakte (in m ² wvo)	10.000-12.000
• Doe-het-zelf	8.000
• Tuin	4.000
• Drive-in	3.000
Aantal producten	circa 55.000 (nog eens ca. 60.000 bestelbaar)
Verzorgingsgebied (primair en secundair)	Straal van circa 30 km rond vestiging
Aantal parkeerplaatsen	450-550
Aantal medewerkers	150
• Aantal fte's	130

1.2 Verzorgingsbereik en marktruimte

Verzorgingsbereik

Een formule van een megabouwmarkt is nieuw voor de Stadsregio Arnhem Nijmegen en neemt dus een unieke positie in dit gebied in. Het verzorgingsbereik zal daardoor relatief groot zijn. Vanwege de ligging van de planlocatie (Vlek 14), gaan we voor het primaire verzorgingsgebied uit van de Waalsprong, Overbetuwe, Lingewaard en Arnhem-Zuid. In totaal omvat het primaire verzorgingsgebied in 2013 ca. 177.000 inwoners, in 2020 is dit gegroeid tot ca. 190.000 inwoners. De bestedingen van de inwoners van het secundaire verzorgingsgebied worden tot de toevloeiing gerekend.

Marktruimte¹

In de toekomstige situatie wordt ervan uitgegaan dat ca. 90% van de bestedingen van inwoners uit het primaire verzorgingsgebied in de aanwezige doe-het-zelfsector in het primaire verzorgingsgebied gebonden zullen worden en 80% van de tuinsector. Dit geeft een bestedingspotentieel van € 34,2 mln in de doe-het-zelfsector en € 9,8 mln in tuincentra. Met het vestigen van een megabouwmarkt in Nijmegen-Noord, een concept dat nog niet in regio gevestigd is, mag echter verwacht worden dat ook een deel van de omzet van buiten het primaire verzorgingsgebied zal komen. Dit zal met name vanuit overig Arnhem en Nijmegen zijn, maar ook vanuit verder weg gelegen plaatsen. We gaan voor doe-het-zelf uit van een toevloeiing van ca. 10% (ca. € 3,8 mln) en voor tuin van ca. 5% (ca. € 0,5 mln). Dit resulteert in een marktruimte van ca. 9.200 m² wvo in de doe-het-zelfsector en ca. 6.450 m² wvo voor tuincentra. Dit is voldoende voor de vestiging van een grootschalige zaak.

De berekende marktruimte is gebaseerd op meerdere aannames en moet daarom als indicatief gezien worden.

1.3 Effecten

De vestiging van een nieuwe, nog niet in de regio aanwezige bouw- & tuinmarktformule betekent dat de consument in Nijmegen en haar achterland meer keuzemogelijkheden gaat krijgen. Juist omdat het gaat om een nog niet in de regio aanwezige formule, zullen naar verwachting relatief veel bezoekers

¹ Bij de berekeningen is uitgegaan van bestedingscijfers die 10% aanzienlijk lager liggen dan de meest recente cijfers van het HBD (voor het jaar 2011). Dit vanwege de berichten over dalende omzetten in de branche.

van buiten de stad getrokken worden, niet alleen uit de aangegeven regio, maar ook vanuit verder weg gelegen plaatsen. De vestiging van een dergelijke trekker bij Vlek 14 draagt bij aan een versterking van de regionaal-verzorgende positie van de stad.

Qua schaal en uniciteit past de beoogde bouw- & tuinmarkt in het nagestreefde functieprofiel voor een retailpark bij Vlek 14. Belangrijk is om aan te geven dat de formule, anders dan veel Nederlandse bouwmarkten, geen branchevreemde artikelen verkoopt zoals elektronica, fietsen, witgoed etc. Deze artikelen zouden een bedreiging kunnen vormen voor de winkeliers in de binnenstad. De vestiging op Vlek 14 versterkt dan ook de complementariteit met de binnenstad (runshopping versus funshopping). Omdat een deel van de bezoekers van de megabouwmarkt al een behoorlijke afstand afgelegd hebben, zijn zij bovendien eerder geneigd om hun bezoek te combineren met een bezoek aan de binnenstad dan bezoekers die dichterbij wonen. De mate van combinatiebezoek met een binnenstad wordt onder andere bepaald door de attractiviteit van die binnenstad en de afstand tot en verbinding met de binnenstad. Het sterke aanbod en de uitstraling van de Nijmeegse binnenstad zullen zeker bijdragen aan het combinatiebezoek. De afstand van Vlek 14 tot de binnenstad is redelijk groot (ca. 6 km), maar de route naar de binnenstad is rechtstreeks (N325).

Eerder is aangegeven dat er in Nijmegen en omgeving distributieve ruimte is voor een uitbreiding van het doe-het-zelf- en tuinaanbod. Maar met de vestiging van een nieuwe bouw- & tuinmarkt zullen de concurrentieverhoudingen tussen de aanwezige aanbieders wel veranderen. Met name de meest nabij gelegen bouwmarkten in de gemeenten Lingewaard en Overbetuwe en Arnhem Zuid zullen naar verwachting concurrentie ondervinden. Daar staat tegenover dat ook zij kunnen profiteren van de woningnieuwbouw en de toename van het aantal consumenten in het middengebied. Juist nieuwbouw resulteert in relatief veel bestedingen aan doe-het-zelf- en tuinartikelen. De hier aanwezige zaken hebben bovendien vooral een lokaal-verzorgende functie en het koopgedrag ten aanzien van de doe-het-zelf- en tuinartikelen is over het algemeen sterk op het lokale aanbod gericht. Naar verwachting zullen de effecten op het aanbod in de omringende gemeenten daarom beperkt zijn. De consumenten die bij gelegenheid meer grootschalige aanbieders willen bezoeken, zullen dit nu voor een belangrijk deel ook al buiten hun gemeente doen. Het is echter niet op voorhand uit te sluiten dat er bestaand aanbod verdwijnt.

Mocht een van de bestaande bouwmarkten in de nabije omgeving onverhoopt verdwijnen, dan heeft dat geen duurzame negatieve effecten voor de verzorgingsstructuur: er blijven nog voldoende keuzemogelijkheden voor de consument over, mede omdat er een nieuwe aanbieder bij gekomen is. Als de consument bovendien middels zijn/haar bestedingen een voorkeur uitspreekt voor een nieuwe formule boven bestaande aanbieders, dan is de nieuwe zaak klaarblijkelijk een aanwinst voor de structuur. Wanneer aanbod verdwijnt, zal dit waarschijnlijk kleinschalig, verouderd aanbod op slechte locaties betreffen waarvan reeds autonoom de economische potentie afgenomen is. Door de aard en uniciteit van de nieuwe winkel zullen, zoals gezegd, relatief veel klanten uit verder weg gelegen gebieden getrokken worden. Het gaat hierbij echter vooral om incidenteel bezoek en deze bezoekers zullen het gros van hun doe-het-zelf en tuinaankopen in de eigen omgeving blijven doen. De effecten zullen zich dus over een groot gebied en dus veel aanbieders spreiden.

1.4 Landschappelijke inpassing grootschalige bouwmarkt annex tuincentrum Ressen

Vanuit de gemeente Lingewaard is aandacht gevraagd voor de landschappelijke inpassing van een (of meer) grootschalige winkels op de locatie Vlek 14. Dit vanwege de nabijheid van de kern Ressen (beschermd dorpsgezicht). Door de gemeente Nijmegen is aangegeven dat hier bijzondere aandacht aan gegeven zal worden, in het bestemmingsplan en/of in private afspraken. Dit is ook vastgelegd in een motie van de gemeenteraad. Strekking van de motie is dat voor elke ruimtelijke ontwikkeling van Vlek 14, afdwingbare afspraken met initiatiefnemers worden gemaakt over een goede

landschappelijke inpassing van nieuwbouw, waarbij het gebruik van reclame, verlichting en parkeerplaatsen is afgestemd op de groene omgeving. Ook in het Ambitiedocument Vlek 14/Ressen, dat in april 2013 door de Raad is vastgesteld, is een duurzaamheidsparagraaf opgenomen. Duurzame stedelijke ontwikkeling wordt als basis principe gehanteerd. Duurzaamheid wordt als belangrijk motto genoemd, vanwege de markante ligging aan de A325 en de omgeving De Waaijer, park Lingezegen en het dorp Ressen.

2. Vestiging grootschalige sportzaak in Arnhem

Een tweede vraag richt zich op de vestiging van een grootschalige sportzaak in de Rijnhal in Arnhem Zuid. Bekend is reeds dat het hierbij om de formule Decathlon gaat, reden om hier in deze paragraaf ook van uit te gaan.

2.1 De Decathlon-formule

Decathlon is een Franse sportwinkelketen met momenteel ruim 650 winkels in 22 landen. De Decathlonwinkels zijn branchegerichte sportwarenhuizen met een grootschalige opzet en een oppervlak tussen de 4.000 en 12.000 m² winkelvloeroppervlak. Decathlon voorziet in een zeer breed aanbod met circa 50 sporten. Het assortiment van Decathlon bestaat uit sporten die reguliere sportwinkels doorgaans niet aanbieden zoals duiken, jacht en fietsen. Het aanbod in de Decathlonwinkels bestaat voor 80% uit eigen merken, waardoor een gunstige prijs-/kwaliteitverhouding geboden kan worden. Ook zorgt het ervoor dat Decathlon zelf producten kan vernieuwen. Het assortiment in de Decathlonwinkels bestaat voor 40% uit volumineuze artikelen zoals tafeltennistafels, kano's en surfplanken.

Winkelinrichting

Vanwege het aanbod in vele sporten en het feit dat een groot aandeel van het aanbod uit volumineuze artikelen bestaat, is veel ruimte benodigd. Daarnaast wordt een groot deel van de winkel, maar vooral ook buiten de winkel, in beslag genomen om de klant het sportmateriaal voor de aankoop te laten bekijken in expozones en te laten testen in try & buy zones (bijvoorbeeld duikbassin, volleybalveld etc.). Met een werkplaats wordt technische support aan producten geboden.

Invloed op sportbestedingen

Decathlon staat bekend om het sponsoren van (lokale) sportverenigingen en het actief stimuleren van sportbeoefening. De door Decathlon gesponsorde activiteiten bij sportverenigingen en de sportstimulering leiden mogelijk tot hogere bestedingen in de sportbranche. Cijfers hieromtrent zijn niet aanwezig, doch verwacht mag worden dat mede in relatie tot de gunstige prijs / kwaliteitverhouding van het merk Decathlon, dit positieve effecten zal hebben op de bestedingen in de sportbranche. In dit verband hebben bestuursleden van de Federation Professionnelle des Entreprises du Sport et des Loisirs (de Franse brancheorganisatie van sportwinkels) tijdens de in juni 2010 gehouden bijeenkomst in Amsterdam van de FEDAS (de Europese federatie van sportbrancheverenigingen) aangegeven dat, mede door de missie van Decathlon om sport voor iedereen bereikbaar te maken, de bestedingen in de sportbranche in Frankrijk in de periode tussen 1996 en 2009 verdubbelden van € 3,35 miljard in 1996 tot € 7,09 miljard in 2009. De gehele sportdetailhandel in Frankrijk heeft hiervan geprofiteerd.

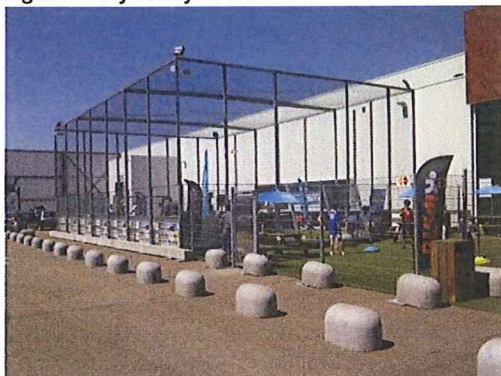
Decathlon in Nederland

Decathlon heeft momenteel drie vestigingen in Nederland; een in Amsterdam sinds 2000 (3.450m² vvo), een in Kerkrade sinds 2003 (3.000 m² vvo) en een in Best sinds 2012 (3.235 m² vvo). Deze zijn aanzienlijk kleiner dan de omvang die Decathlon eigenlijk volgens haar concept zou willen realiseren

(zie voorgaande paragraaf). De winkels in Amsterdam en Kerkrade zijn gevestigd in de directe nabijheid van een voetbalstadion en zijn te vinden op perifere (grootschalige) detailhandelslocaties. De vestiging in Best ligt op een verspreide locatie. De 3 vestigingen van Decathlon in Nederland hebben in totaal circa 325 werknemers, waarvan circa 95 in Amsterdam, circa 115 in Best en eveneens circa 115 in Kerkrade (fulltime en parttime).

In Nederland heeft Decathlon de try & buy-zones nog niet geheel zoals gewenst vorm kunnen geven, voornamelijk veroorzaakt doordat niet elke locatie de benodigde ruimte biedt tot het inpassen van volledige try & buy zones. De Decathlon vestiging in Best beschikt wel over meerdere try & buy zones (o.a. golf, steppen, voetbal, klimmen etc.).

Figuur 1. Try & buy in Best



Onderscheidend vermogen

Hieronder worden de belangrijkste aspecten met betrekking tot het onderscheidend vermogen van de Decathlon-formule opgesomd.

- In tegenstelling tot andere grootschalige sportaanbieders in Nederland biedt Decathlon een groot aantal sporten aan (meer dan 65 sporten onder een dak). Bij anderen varieert dat tussen de 10 en 30.
- Het assortiment van Decathlon richt zich voornamelijk op sport- en sportondersteunende artikelen. Het mode aandeel in het kledingassortiment is in vergelijking met een aantal andere grootschalige sportaanbieders zeer gering.
- Een significant deel van de verkoopvloeroppervlakte wordt in beslag genomen door volumineuze artikelen. Dit is inclusief de gangpaden voor deze volumineuze artikelen en de try & buy en testzones ten behoeve van deze artikelen.
- Try & buy en expozones maken een wezenlijk onderdeel uit van Decathlon. Een groot deel van de voor de consument toegankelijke ruimten wordt in beslag genomen door ruimtes waar de klant kennis kan nemen van sportartikelen, deze kan uitproberen en testen. Circa 20% van de ruimte is voor try & buy zones.
- De gunstige prijs/kwaliteitsverhouding en de assortimentssamenstelling zijn belangrijke redenen voor een bezoek aan Decathlon. Minder goed scoort de formule op personeel en service.

Verzorgingsbereik

Op basis van ervaringen in Kerkrade kan geconstateerd worden dat de Decathlon formule een grote aantrekkingskracht heeft. De vestiging in Kerkrade trekt jaarlijks circa 500.000 bezoekers².

Zowel in de vestiging in Kerkrade als in de vestiging in Best blijken veel bezoekers afkomstig te zijn uit gebieden die op meer dan 30 autominuten liggen van de vestigingslocatie. In tabel 1 is een overzicht hiervan gegeven.

² Bron: Parkstad Limburg Stadion e.o., Economische impact en ontwikkelingspotenties, Ecorys (2012)
10.

Tabel 1. Herkomst Decathlon bezoekers in Kerkrade en Best³

Autominuten	Kerkrade	Best
< 10 autominuten	30%	25,1%
10 - 20 autominuten	15 à 20%	15,2%
20 - 30 autominuten	15 à 20%	10,2%
> 30 autominuten	30 à 40%	49,5%

2.2 Effecten Decathlon Rijnhal

Kort zal inzichtelijk gemaakt worden welke effecten de vestiging van Decathlon in Arnhem zou kunnen hebben op de (sport)detailhandelsstructuur in de omgeving. Alvorens deze effecten aan te geven, zal eerst ingegaan worden op de effecten zoals die zich voor hebben gedaan bij de reeds gerealiseerde vestiging in Kerkrade en Best.

Effecten vestigingen Kerkrade en Best

Kerkrade

In 2012 is BRO in opdracht van Decathlon nagegaan wat de effecten zijn geweest van de Decathlon vestiging in Kerkrade op de detailhandelsstructuur in Zuid Limburg⁴. Binnen het kader van dit onderzoek zijn enkele gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van de Kamer van Koophandel van Limburg en vertegenwoordigers van de gemeenten Heerlen en Kerkrade. Voorts werd dankbaar gebruik gemaakt van Locatus-bestanden van de winkelveorraad in 2003 en in 2012 in Zuid-Limburg. Een aantal conclusies uit dit onderzoek:

- De aanvankelijke vrees dat de Decathlon vestiging zou leiden tot het wegtrekken van winkels en consumenten uit de binnenstedelijke centra is niet uitgekomen.
- Door haar assortimentssamenstelling, uitstraling en haar omvang trekt Decathlon uit een groot gebied consumenten naar Parkstad Limburg. Decathlon heeft geleid tot meer koopkrachttoevoeiing.
- Decathlon heeft geen significante invloed gehad op winkels in de sportbranche in de centrale winkelgebieden in Parkstad Limburg. Het verdwijnen van enkele winkels in de sportbranche in deze centra had andere oorzaken.
- De sterke aantrekkingskracht van Decathlon in Kerkrade heeft voor de binnenstedelijke winkelgebieden geen negatieve maar ook geen positieve effecten gehad (bijvoorbeeld vanwege combinatiebezoek).

Best

Decathlon Best opende haar deuren in 2012. Tot op dit moment heeft er nog geen onderzoek plaats gevonden naar de werkelijke effecten van deze vestiging op de retailstructuur in Eindhoven en de regio. Daarvoor is de tijd nog te kort. Bekend is wel dat onlangs in het centrum van Eindhoven in de Vrijstraat een winkel van Intersport zich gevestigd heeft. Deze winkel heeft een omvang van circa 600 m² wvo.

Omvang verzorgingsgebied Decathlon Rijnhal

Naar verwachting zal ca.30% van de omzet afkomstig zijn uit een gebied dat binnen een reisafstand ligt van maximaal 10-15 autominuten. In dat gebied (het primaire verzorgingsgebied, waartoe Arnhem, Duiven, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum en Westervoort behoren) wonen momenteel circa 315.000 inwoners. In de komende jaren neemt dit naar verwachting toe tot ca. 326.000 inwoners⁵.

³ Bron: Decathlon

⁴ Bron: Meerwaarde en effecten Decathlon, BRO (2012)

⁵ CBS Statline, Regionale prognose bevolkingsopbouw 2011-2040

Omzetclaim

Stel de Decathlonvestiging in Arnhem krijgt (in de eerste fase) een omvang van 3.500 m² wvo, dan heeft deze sportzaak⁶ een omzetclaim van ca. € 9,6 mln. Uit het primaire verzorgingsgebied is ca. 30% van deze omzet afkomstig, overeenkomend met ca. € 2,9 mln. Ervan uitgaande dat gemiddeld per hoofd van de bevolking € 60,- per jaar aan sport wordt uitgegeven⁷, betekent dit een bestedingspotentieel van € 18,9 mln. in het primaire verzorgingsgebied. Dit betekent dat aangenomen mag worden dat ca. 15% van het bestedingspotentieel in de sportsector van het primaire verzorgingsgebied uitgegeven zal worden bij de Decathlon.

Sportaanbod primaire verzorgingsgebied

Tabel 2. Sport-aanbod Arnhem en omliggende gemeenten

	Aantal	m ² wvo	Gemiddelde m ² wvo per winkel
Arnhem	31	7.821	252
Duiven	2	3.050	1.525
Lingewaard	3	1.125	375
Overbetuwe	4	1.860	465
Renkum	-	-	-
Westervoort	-	-	-

De gemeente Arnhem beschikt over 31 sportzaken, waarvan er 20 in de binnenstad gesitueerd zijn (overeenkomstig met 4.358 m² wvo). De meest grootschalige winkel in de binnenstad van Arnhem is Perry Sport met 1.700 m² wvo, daarnaast is een Outlet van Intersport met 1.000 m² wvo op een industrieterrein gevestigd. In de omliggende gemeenten is een beperkt aantal sportzaken gevestigd, dit zijn er 9. Opvallend grote zaak hier is Four Seasons op Nieuwgraaf (2.800 m² wvo). Afgezet tegen het aantal inwoners, beschikt het primaire verzorgingsgebied in de huidige situatie over 44 m² wvo sportaanbod per 1.000 inwoners. Dit ligt lager dan het landelijk gemiddelde van 52 m² wvo per 1.000 inwoners.

Effecten

De beoogde vestiging van een Decathlon heeft voor de consument in Arnhem en omgeving een toegevoegde waarde: een dergelijke winkel van deze omvang en bijbehorende try- en buy-faciliteiten is nog niet aanwezig. Bovendien zijn mogelijke positieve effecten te verwachten, doordat bezoekers van verder weg geneigd zijn hun bezoek aan een Decathlon te combineren met een bezoek aan een binnenstad. De korte afstand en rechtstreekse verbinding zijn in dit verband positief. Gezien de ervaringen in Parkstad Limburg zal het effect echter maar zeer gering zijn.

Door de beoogde uitbreiding van het sportaanbod op de locatie Rijnhal zullen de concurrentieverhoudingen tussen de aanbieders in de sportbranche wijzigen. Gezien het enigszins achter blijven van het gemiddelde sportaanbod per inwoner en de positieve invloed op de bestedingen aan sportartikelen, zullen de effecten op de omzet van de aanwezige sportzaken in Arnhem en omgeving ten gevolge van een uitbreiding van het sportaanbod echter naar verwachting relatief beperkt zijn. Wel zal het de mogelijkheden voor de vestiging van nieuwe sportwinkels en uitbreiding van bestaande sportwinkels in bestaande winkelcentra beperken.

Een vestiging van Decathlon leidt wellicht tot een beperkte daling in de omzetten van de in de omgeving gevestigde detailhandel, doch de consument zal altijd op aanvaardbare afstand sportartikelen kunnen blijven kopen. Anders dan bij bijvoorbeeld boodschappen doen, is het aspect nabijheid van sportaanbod minder van belang voor het koopgedrag. Daar komt bij dat met name de sportwinkels in de binnenstad van Arnhem overwegend een sterk modisch karakter hebben (veel vrije

⁶ De gemiddelde vloerproductiviteit van een Decathlon winkel is € 2.750,- per m² wvo.

⁷ HBD, Omzetkengetallen (2012)

tijdsleding in het assortiment) en als zodanig passen bij het op recreatief winkelen gerichte profiel van de binnenstad (kijken en vergelijken, beleven, verrast worden). Decathlon zal veel meer doelgericht bezocht worden. De sportwinkels in de omliggende gemeenten zijn veelal speciaalzaken, deze zijn vanwege het specialistische aanbod complementair aan een Decathlon. Effecten op het functioneren van deze zaken zullen daardoor beperkt zijn.

Ook op regionaal niveau zullen de effecten zich spreiden over veel aanbieders. Bovendien moet bedacht worden dat de mogelijkheid bestaat dat een deel van de hier woonachtige consumenten (zeer) grootschalige sportwinkels in plaatsen buiten de regio⁸ gaat bezoeken. Middels het faciliteren van de Decathlon in de regio kan voorkomen worden dat koopkracht afvloeit naar deze grootschalige sportwinkels buiten de regio.

⁸ Gezien het expansieve beleid van een aantal grootschalige sportaanbieders, is het aannemelijk dat het aanbod ook buiten de regio toe zal gaan nemen.

B. Acties en maatregelen ter versterking binnensteden Arnhem en Nijmegen

De discussies over het omgaan met de detailhandelsontwikkelingen in de Stadsregio Arnhem Nijmegen hebben zich sterk toegespitst op de detailhandel op perifere locaties en de effecten daarvan op de binnensteden. Naar aanleiding hiervan is de vraag gerezen wat er in de gemeenten Arnhem en Nijmegen gedaan wordt om de positie van de binnenstad als hoofdwinkelcentrum te behouden of te versterken.

1 Inleiding

De detailhandel zit in een turbulente periode. Oorzaken liggen in veranderingen in het consumentengedrag, toename van de verkopen via internet en het feit dat er nog geen uitzicht is op een einde aan de economische recessie. Deze ontwikkelingen zijn merkbaar in de binnensteden, zo nemen de bezoekersaantallen af en dreigt de leegstand toe te nemen.

Ook de gemeenten Arnhem en Nijmegen merken deze ontwikkelingen in hun binnenstad. Speerpunt in het beleid van deze gemeenten en de stadsregio is dan ook het behouden en versterken van de functie van de binnenstad. Navolgend wordt voor beide gemeenten beknopt aangegeven hoe zij op de huidige ontwikkelingen in de binnenstad inspelen.

2 Arnhem

Beleid

De gemeente Arnhem werkt in de Perspectiefnota 2013-2016 onder het thema Attractieve Stad het programma Binnenstad uit. Het doel is de binnenstad aantrekkelijker te maken om te wonen, te werken, vrije tijd te besteden en te winkelen met regionale aantrekkingskracht. De veranderopgaven in dit programma zijn gericht op samenhang en coördinatie in de grote projecten en verbinding met de bestaande stad en rivierzone, economische bereikbaarheid van de binnenstad, inclusief bewegwijzering en actieve acquisitie in de binnenstad. Dit programma wordt uitgevoerd in hechte samenwerking met de (economische) partners. De Stichting Binnenstadsmanagement geeft al 10 jaar mede vorm aan de gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het beheer, de veiligheid en de promotie van de binnenstad.

Inspelen op de omstandigheden is nodig. De plannen voor ontwikkeling in de binnenstad zijn in de loop van de afgelopen jaren bijgesteld. De aanpak van leegstand van winkels en kantoren en de versterking van de bestaande stad zijn nu speerpunten. Planopgaven zijn kleinschaliger en meer vraaggericht. Op basis van een visie op de binnenstad wordt vastgesteld waar kwaliteiten kunnen worden versterkt. En waar transformatie nodig is. Een Transformatieteam pakt dit op vanuit de gemeente in samenwerking met marktpartijen.

Uitvoering

De afgelopen jaren zijn verschillende projecten uitgevoerd; zo is in 2006 Musiskwartier en de bebouwing aan de noordkant van het Velperplein met de Mediamarkt gerealiseerd. In 2011 is de stationstunnel opgeleverd en zijn bij het station nieuwe winkels geopend. Daarmee heeft de binnenstad van Arnhem een winkeloppervlak van ca. 125.000 m² en 585 winkels. Enkele plannen die nog op de stapel lagen, zijn ondertussen bijgesteld.

- De plannen voor de Weverstraat (BK40) zijn gewijzigd. Volgens de detailhandelsnota 2008 zou hier 3.300 m² wvo detailhandel worden gerealiseerd. Inmiddels is het winkelprogramma verkleind en gefaseerd. Voor de invulling van de winkels aan de Weverstraat wordt naar huurders gezocht.

- De plannen voor Arnhem-Centraal-oost zijn mede als gevolg van de afzetbaarheid van de plannen voor detailhandel en wonen gewijzigd. De detailhandelsnota 2008 gaf voor het hele stationsgebied nog aan dat 5.600 m² vvo aan detailhandel zou worden gerealiseerd. In Arnhem Centraal is nu ca. 1.500 m² vvo aan winkels gevestigd. In de Oude Stationstraat wordt een multi-bioscoop gevestigd. De resterende ruimte is geschikt voor een gemengd milieu met winkels, horeca en dienstverlening.
- In Rijnboog (het gehele zuidelijk gebied, inclusief Paradijs en Bartok) zou volgens de detailhandelsnota 2008 12.000 m² vvo worden toegevoegd en 3.000 m² vvo worden vervangen. Inmiddels is besloten dat in de plannen voor Rijnboog beperkt detailhandel zal worden toegevoegd, direct aansluitend aan het kernwinkelgebied.

Uitgangspunt is dat toevoeging van winkelvloeroppervlak dient bij te dragen aan versterking van de bestaande winkelstructuur. Arnhem-Centraal-Oost draagt bij aan de levendigheid van de route van het station naar de binnenstad en omgekeerd. Door toevoeging van detailhandel op en aan het Kerkplein en aan de Kleine Oord worden de winkelstraten als de Bakkerstraat, Weverstraat, Koningstraat en Kortestraat in het winkelcircuit opgenomen. Het biedt aan nieuwe winkels en winkelconcepten het gewenste winkeloppervlak en gewenste omgevingsprofiel (bijv. aantal verwachte passanten). De gebiedsontwikkelingen (BK40, Arnhem-Centraal-oost, Rijnboog), in kleinere omvang, dragen bij aan de structuurversterking van de binnenstad. Voor het Gele Rijdersplein en omgeving is besloten dat dit een gebied een gemengd stedelijk milieu is, waar geen plaats is voor nieuwe winkelplannen.

Het accent ligt op het versterken van de bestaande stad. Profileren van gebieden en gerichte acquisitie zijn van belang. Maar ook de mogelijkheden van Het Nieuwe Winkelen worden benut. Samengevat heeft de versterking van de binnenstad de volle aandacht van zowel de gemeente Arnhem als de ondernemers.

3 Nijmegen

Beleid

De binnenstad is van groot belang voor de gemeente Nijmegen. Het College van de gemeente Nijmegen heeft het belang van de binnenstad voor de gehele stad Nijmegen verwoord in het coalitieakkoord 'Werken aan een duurzame toekomst'. De relevante passage luidt als volgt: 'De Nijmeegse binnenstad zorgt niet alleen voor 14.500 arbeidsplaatsen, maar is ook het gezicht en het hart van de stad en is essentieel voor de toeristische infrastructuur. Met een florerend cultureel leven is de binnenstad ook van groot economisch belang voor het aantrekken en vasthouden van bedrijven.'

Omdat ook de gemeente Nijmegen merkt dat er sprake is van economisch mindere tijden is in 2012 een weerbaarheidsanalyse uitgevoerd om te bepalen hoe weerbaar de Nijmeegse binnenstad is. Op binnenstedelijk niveau zijn deelgebieden geanalyseerd en beoordeeld op kansen en bedreigingen. Criteria hierbij waren de kritische massa van het aanbod, clustering van winkels, het onderscheidend karakter, de schaalgrootte van panden, de internetgevoeligheid, de uitstraling van de openbare ruimte en het vastgoed, bereikbaarheid en parkeren, de voetgangersvriendelijkheid, de vergrijzing van ondernemers, de leegstand en de filialiseringsgraad. Drie deelgebieden ontvingen het predikaat weerbaar (het kernwinkelgebied plus Pein 1944; Marienburg, Marikenstraat; Lange en Stikke Hezelstraat, Houtstraat). Twee deelgebieden zijn licht kwetsbaar (Van Welderenstraat, Tweede Walstraat; Waalkade, Oude Haven. Als kwetsbaar werden twee deelgebieden genoemd (Bloemerstraat, Smetiusstraat, In de Betouwstraat; Hertogstraat, Kelfkensbos, Van de Bruggenstraat).

De weerbaarheidsanalyse heeft mede als input gediend voor het opstellen van het Actieplan 'Versterking Economische Structuur Binnenstad 2012-2015'. Het gaat hierbij om een dynamisch programma, gericht op verdere versterking van het verblijfsklimaat en daarmee de concurrentiepositie van de binnenstad. Samen met het Huis voor de Binnenstad, waarin de belangrijkste economische actoren in de binnenstad zijn verenigd, heeft de gemeente Nijmegen vorm en inhoud gegeven aan het Actieplan. De projecten in het actieprogramma zijn gericht op investeringen in het leef- en vestigingsklimaat, een investeringsregeling voor ondernemers en eigenaren, aanpak van de leegstand, promotie en marketing en versterking van het ondernemerschap en organiserend vermogen in de binnenstad.

Uitvoering

Met de uitvoering van het Actieplan 'Versterking Economische Structuur Binnenstad 2012-2015' wil de gemeente Nijmegen de volgende, afrekenbare doelen bereiken:

- Behoud bestedingen en behoud werkgelegenheid
Uiteindelijk doel is behoud en groei van werkgelegenheid. Ondanks het gegeven dat de economische crisis ook de Nijmeegse binnenstad raakt, wordt beoogd de bestedingen te houden op het niveau van 2011. De meest recente stadscentrummonitor (2010-2011) gaf aan dat bestedingen op dat moment op gelijk niveau zijn gebleven als de 2 jaar ervoor. De Stadscentrummonitor wordt tweejaarlijks opgeleverd. Eind 2013 wordt gestart met een nieuwe meting.
- Waardering binnenstad verbeteren
De gemeente wil dat de waardering van de binnenstad blijft toenemen van 7.4 naar 7.5 in 2014 en 7.6 in 2015. De afgelopen jaren is fors geïnvesteerd in de binnenstad: komst Plein 1944, ringstraten-aanpak, bereikbaarheid van de binnenstad (parkeergarage en stadsbrug) en dit wordt doorgezet. De verwachting is dat dit ook zichtbaar zal worden in de waardering van de bezoeker van de binnenstad.
- Leegstand in de binnenstad: verbetering of behoud van de 5e plaats
Recente leegstandscijfers uit februari 2013 laten zien dat Nijmegen in de ranking van 12 middelgrote steden op de vijfde plaats staat. Een acceptabele plaats, maar daar is dan ook alles mee gezegd. In heel Nederland staat immers de retail onder druk. Ook al vallen de leegstandscijfers in vergelijking met andere steden mee, toch merkt ook Nijmegen de recessie. Het streven is om met een specifiek op leegstand gerichte aanpak op een nog lagere plaats in de ranking van steden terecht te komen.
- Toename aantal toeristische bezoekers
De toeristische sector is goed voor 6.100 banen, ruim 6% van de totale werkgelegenheid. De gemeente Nijmegen beoogt de komende jaren een toename van het aantal toeristische bezoekers. Eveneens wil de gemeente het aantal cruisevaartpassagiers en de daarmee samenhangende bestedingen in Nijmegen vergroten.

Zomer 2012 is met de Provincie Gelderland een Stadscontract gesloten, waarbij aan de gemeente € 900.000,- is toegekend voor de uitvoering van een economisch programma voor de binnenstad. De binnenstad is benoemd als één van de economische pijlers in het Coalitieakkoord. Ook in het Ondernemersfonds is de binnenstad als speerpunt aangewezen. De vanuit dit fonds aan het Huis voor de Binnenstad verleende bijdragen dienen als cofinanciering. Verder vinden diverse bijdragen vanuit andere gemeentelijke programma's plaats en leidt het Actieprogramma tot investeringen van derden. In totaal gaat het om een impuls in de binnenstad van 6 miljoen euro. Concluderend kan gesteld worden dat de versterking van de binnenstad speerpunt is voor zowel de gemeente Nijmegen als de ondernemers.

C. Reactie ondernemers

De KvK is gevraagd om een gebundelde reactie te geven op het RPD van de Stadsregio Arnhem Nijmegen namens de ondernemers(verenigingen) in de regio. De brief op de volgende pagina bevat de reactie van de KvK namens diverse partijen. Daarnaast hebben enkele partijen afzonderlijk een reactie gegeven. Ook deze zijn in dit onderdeel bijgevoegd.



Kamer van Koophandel Centraal Gelderland
Kronenburgsingel 525, 6831 GM Arnhem
Postbus 9292 6800 KZ Arnhem
T (088) 585 2000 F (088) 585 2149
www.kvk.nl

Stadsregio Arnhem Nijmegen
t.a.v. College van Bestuur
Postbus 6578
6503 GB NIJMEGEN

Registratiedatum: 12/08/2013

Registratienummer: 13.0002910

uw kenmerk
--

ons kenmerk
STIREC/AR/JB/MH/ic

datum
9 augustus 2013

bijlagen
--

onderwerp
Regionaal Programma Detailhandel 2013

e-mail
andre.rutten@kvk.nl

Geacht College,

Op verzoek van de Stadsregio Arnhem Nijmegen hebben wij de mening gevraagd van diverse ondernemersverenigingen uit de Stadsregio en van landelijke branche- en belangenorganisaties op de visie en plannen voor detailhandelsontwikkelingen in de Stadsregio. De visie van de Kamer van Koophandel en de gebundelde reacties van het regionale bedrijfsleven en branche- en belangenorganisaties treft u onderstaand aan, met de landelijke organisaties hebben wij afgestemd dat zij zelfstandig een reactie zullen zenden. Wij willen daarbij mede namens veel verenigingen opmerken dat de periode waarin u om een reactie vraagt door de vakantieperiode zowel kort als onhandig is.

Wij zijn van mening dat er visie en beleid moet zijn op de ontwikkeling van een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Wij zijn verheugd dat de provincie Gelderland in de nieuwe Omgevingsvisie ook ingaat op de provinciale visie en de rol op detailhandelsontwikkelingen. In de beleidstekst Ontwerp Omgevingsvisie schrijft de provincie hierover:

De provincie en haar partners streven samen naar een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandel die bijdraagt aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen. De bestaande detailhandelsstructuur staat daarbij centraal. Door trends als internet winkelen, schaalvergroting en branchevervaging verandert de winkelmarkt en neemt de vraag naar winkels aanzienlijk af. Dit vraagt om vernieuwing en aanpassing van bestaande winkelgebieden. De provincie en haar partners willen overcapaciteit aan winkels terugdringen. Dit voorkomt leegstand en aantasting van de sociale en economische vitaliteit van winkelgebieden in wijken en centra.

Wij onderschrijven deze tekst van harte.

Eind juni is uw College van Bestuur akkoord gegaan met het opgestelde concept Regionaal Programma Detailhandel (RPD) voor de Stadsregio Arnhem Nijmegen. Op 24 oktober 2013 zal dit concept RPD tezamen met een oplegnotitie ter besluitvorming worden voorgelegd aan de Stadsregioraad. In de oplegnotitie zullen de volgende bestuurlijke vragen worden uitgewerkt:

1. Wat betekent besluitvorming in de Stadsregioraad voor de gemeente Zevenaar, die voor de ontwikkeling van Spoorallee een goedgekeurd bestemmingsplan heeft?
2. Hoe wil de provincie omgaan met een vastgesteld RPD dat (mogelijk) op punten afwijkt van de Omgevingsvisie? En in hoeverre is juridische borging van het RPD in de verordening van de Omgevingsvisie mogelijk?
3. Hoe kijken partijen als KvK en brancheorganisaties aan tegen de visie op de ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur?
4. Wat gebeurt er momenteel ter bescherming en versterking van de binnensteden van Arnhem en Nijmegen?

5. *Hoe verhoudt een Hornbach/Decathlon/Saturn zich tot de omliggende kernen? Ook wordt aandacht gevraagd voor een goede landschappelijke inpassing van Hornbach.*

Het vaststellen van een Regionaal Programma Detailhandel (RPD) voor en door de Stadsregio Arnhem Nijmegen vooruitlopend op de nog vast te stellen provinciale Omgevingsvisie achten wij te prematuur. Temeer omdat de antwoorden op de bestuurlijke vragen van invloed kunnen zijn op visie en beleid van de provincie. Bijvoorbeeld de vraag *'Hoe wil de provincie omgaan met een vastgesteld RPD dat (mogelijk) op punten afwijkt van de Omgevingsvisie? En in hoeverre is juridische borging van het RPD in de verordening van de Omgevingsvisie mogelijk?'*

Proces

Met voorliggend RPD loopt u vooruit op de nieuwe nog vast te stellen Omgevingsvisie van de provincie en deze procesgang vinden wij niet wenselijk. Zoals u aangeeft is de provincie bezig met het opstellen van een nieuwe omgevingsvisie waarin ook nieuw ruimtelijk detailhandelsbeleid wordt geformuleerd. De provincie is op dit moment nog bezig met het verwerken van de ingebrachte zienswijzen. Naar aanleiding hiervan zal de omgevingsvisie worden aangepast en eind dit jaar ter vaststelling worden aangeboden aan Provinciale Staten. Pas na definitieve vaststelling van de omgevingsvisie is er sprake van een nieuw provinciaal ruimtelijk beleid. Dit nieuwe beleid dient vervolgens in overleg met de samenwerkende gemeenten regionaal te worden uitgewerkt en tot uitvoering worden gebracht. Dit zou kunnen middels een Regionaal Programma Detailhandel.

Als het gaat om het ruimtelijk detailhandelsbeleid dan zal naar verwachting de provincie – meer dan voorheen – een sturende (regie) rol op zich nemen. De provinciale visie is daarom van groot belang. Gelet hierop vragen wij u eerst de provinciale besluitvorming m.b.t. de omgevingsvisie af te wachten en niet op het nieuwe beleid vooruit te lopen. Vervolgens dient er naar ons idee eerst een actuele regionale detailhandelsstructuurvisie te worden vastgesteld. Het RPD is daarna het instrument om gewenste detailhandelsontwikkelingen mogelijk te maken en ongewenste ontwikkelingen tegen te houden.

Inhoudelijke reactie op het Regionaal Programma Detailhandel Stadsregio Arnhem Nijmegen

Ondanks onze visie op bovengenoemde procesgang, zullen wij desgevraagd ook op een aantal inhoudelijke zaken ingaan.

De detailhandel is volop in ontwikkeling. Als gevolg van demografische ontwikkelingen (vergrijzing, ontgroening, krimp), de toename van internetverkoop en veranderd consumentengedrag zal het winkellandschap gaan veranderen. Wij zijn dan ook verheugd dat u dit onderkent en dit voor u aanleiding is om het bestaande detailhandelsbeleid kritisch tegen het licht te houden en te herijken.

Behoud/versterken bestaande structuur

U stelt dat uw regionale beleid is gericht op het behoud/versterken van de bestaande detailhandel hoofdstructuur, dat wil zeggen de winkelgebieden met een bovengemeentelijke/regionale (Wijchen, Elst, Zevenaar, stadsdeelcentra Dukenburg en Kronenburg) of bovenregionale aantrekkingskracht (binnensteden Arnhem en Nijmegen). Wij zijn van mening dat het beleid gericht moet zijn op versterking van bestaande perspectiefrijke winkelgebieden. Om in de toekomst te blijven voldoen aan wensen en eisen van de consument en de noodzakelijke vernieuwing in de detailhandel dient de nadruk hierop te liggen, in plaats van keuzen en afspraken te maken over nieuwe winkellocaties.

Het beleid ten aanzien van de winkelgebieden met een lokale of buurt/wijkverzorgende functie valt onder de gemeentelijk verantwoordelijkheid. Ook dit vraagt om vernieuwing en aanpassing van bestaande perspectiefrijke winkelgebieden, maar ook om sanering van kansarme winkelgebieden.

Retailpark

U kiest ervoor om in de regio (in de toekomst) één retailpark te gaan ontwikkelen. Voor de realisatie is de locatie Ressen (Vlek 14) aangewezen. In z'n algemeenheid zijn wij kritisch ten aanzien van dit voornemen. Als gevolg van autonome trends en ontwikkelingen in retail (o.a. het effect van internetverkoop), versterkt door de huidige economische crisis, is er sprake van krimpende vraag naar m2 winkelloppervlak waardoor uitbreiding van aanbod in m2 op nieuwe locaties niet gewenst is. Het is de algemene opvatting dat vooral binnensteden en grotere stadsdeelcentra kansrijk zijn en retailparken zonder onderscheidend vermogen niet. Een nieuw retailpark heeft alleen bestaansrecht bij een uniek en onderscheidend concept, echter van een dergelijk concept is ons thans geen voorbeeld bekend.

In het concept RPD wordt gesteld dat in het licht van de marktomstandigheden en de onzekere ontwikkelingen in de komende jaren er de eerste drie jaar na vaststelling van het RPD geen retailpark ontwikkeld zal worden. Na deze periode zal de haalbaarheid en wenselijkheid van het realiseren van een retailpark door u opnieuw in overweging worden genomen en vindt er opnieuw besluitvorming plaats.

Vooruitlopend hierop wilt u op locatie Ressen (Vlek 14) een grootschalige bouwmarkt toestaan van maximaal 20.000 m2. Wij achten de kans groot dat hiermee een onontkoombaar proces op gang komt naar verder uitbreiding op die locatie en naar de groei van een retailpark. Tevens leert de ervaring dat dergelijke winkelconcepten in zichzelf een sterke neiging hebben het assortiment uit te breiden. Wij zijn van mening dat een unieke locatie als Ressen met een bijzonder thematisch toekomstperspectief concept ontwikkeld zou moeten worden, dat hiermee de regio echt op een onderscheidende manier op de kaart wordt gezet. De keuze voor het bieden van ruimte voor de ontwikkeling van een bouwmarkt zien wij als 'het begin van het einde' voor deze unieke en onderscheidende positionering.

Sportdetailhandel Rijnhal

Op de locatie Arnhem-Olympus wilt u in de Rijnhal de vestiging van een grootschalige sportzaak (max. 5.000 m2) mogelijk maken. In z'n algemeenheid zijn wij geen voorstander van perifere vestiging van een grootschalige sportzaak. Een vernieuwende detailhandels(sport)formule kan beter gekoppeld worden aan bestaande gebieden bijvoorbeeld in (of nabij) de binnenstad van Arnhem. Op die manier wordt ook gewerkt aan het versterken van de bestaande detailhandel hoofdstructuur.

Wij zijn echter van mening dat voor wat betreft het gebied rondom de Rijnhal een eventuele invulling in de vorm van leisure wel een versterkend effect kan hebben op de ontwikkeling van de wijken in het zuidelijk deel van Arnhem. De ladder van duurzame verstedelijking, verbijzonderd voor de detailhandel dient in ieder geval te worden toegepast.

Duiven Nieuwgraaf

Duiven Nieuwgraaf wordt door u aangewezen als de regionale toplocatie van op het gebied van het (verbrede) thema "wonen/in- en om het huis". Om dit te bereiken zal worden ingezet op verbreding van het aanbod, meer clustering en een verbetering van verblijfsklimaat.

"Binnen de regio is het pure woonaanbod (woninginrichting, keukens/sanitair) momenteel niet erg ruim vertegenwoordigd en bovendien sterk versnipperd aanwezig over de diverse perifere clusters. Om te voorkomen dat er in de toekomst meer koopkracht in de woonbranche weglekt naar de grotere en/of complete woonboulevards buiten de regio, is het streven gericht op versterking van de structuur van woonboulevards'.

U geeft aan dat binnen de regio Duiven-Nieuwgraaf -door onder meer de aanwezigheid van Ikea- de beste uitgangspositie biedt om uit te groeien tot een top themacentrum op het gebied van wonen/in en om het huis.

Wij delen uw mening dat zowel bouwmarkten als tuincentra al veel woon(decoratie)artikelen in hun assortiment voeren en de directe synergie vaak beperkt is. Een verbreding van het thema 'wonen' tot het thema 'in en om het huis' met uitbreiding naar grootschalige bruin- en witgoed betekent dan ook een aantasting van het aanbod en de structuur in bestaande (centrum)gebieden.

Voorkomen branchevervaging en detailhandel als nevenactiviteit op perifere locaties

Op locaties waar perifere detailhandel is toegestaan is onder voorwaarden ook detailhandel als nevenactiviteit bij een bedrijf met een andere hoofdactiviteit toegestaan. Voorwaarde hierbij is dat de detailhandel ondergeschikt is in termen van omzet en/of benutte bedrijfsruimte. Dit lijkt juridisch/planologisch een goede oplossing maar de praktijk is weerbarstiger. In de praktijk blijkt dat dit soort voorwaarden lastig te handhaven zijn. Gevolg is dat ongewenste detailhandelsontwikkelingen plaatsvinden. Ditzelfde geldt voor winkels op perifere locaties die branchevreemde goederen verkopen. De eisen ten aanzien van de branchering moeten vooral ruimtelijk relevant zijn en u dient daarvoor duidelijke ruimtelijke criteria op te stellen. Verder vragen wij u met gemeenten strikte afspraken te maken over het handhavingsbeleid om op die manier branchevervaging en ongewenst detailhandelsontwikkelingen in de periferie te voorkomen.

Tot slot

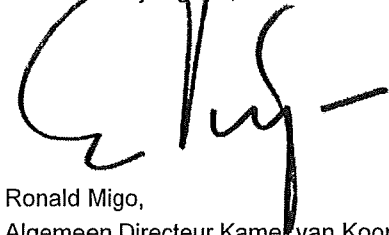
In het concept Regionaal Programma Detailhandel (RPD) staat als hoofddoel genoemd:

Het in onderlinge samenwerking tussen de tot de Stadsregio behorende gemeenten creëren en in stand houden van een evenwichtige en duurzame regionale detailhandelsstructuur met een zo compleet mogelijk voorzieningenpakket voor de consument en perspectief voor ondernemers / marktpartijen, zodat zij kunnen en willen investeren in vernieuwing.

Wij onderschrijven het creëren en in stand houden van een evenwichtige en duurzame regionale detailhandelsstructuur, waarbij de vernieuwing en versterking van bestaande perspectiefrijke winkellocaties boven de ontwikkeling van nieuwe winkellocaties moet gaan.

Wij vertrouwen erop dat onze gezamenlijke visie en reacties serieus worden meegenomen in de besluitvorming en bieden graag aan om constructief mee te denken bij verdere besluitvorming. Voor vragen en/of een nadere toelichting kunt u contact opnemen met ondergetekende of met André Rutten, bereikbaar onder telefoonnummer (088) 585 2159 of e-mail: andre.rutten@kvk.nl.

Met vriendelijke groet,



Ronald Migo,
Algemeen Directeur Kamer van Koophandel Centraal Gelderland

Mede namens:

MKB Zevenaar
Ondernemersvereniging Centrum Duiven
Ondernemers Contact Overbetuwe
Elster Ondernemers Vereniging
Stichting Centrum Management Wijchen
Ondernemersvereniging Wijchen Centrum
Winkeliersvereniging Marktpromenade Wijchen
Vereniging Centrum Ondernemers Nijmegen

Huis voor de Binnenstad
St. Ondernemersbelangen Winkelcentrum Presikhaaf
Vereniging Winkeliers Kronenburg
Algemeen Ondernemersverbond Zevenaar
Stichting Ondernemersfonds Zevenaar
Ondernemersvereniging Bommel
City Centrum Arnhem
Industriële Kring Nijmegen



STADSREGIO ARNHEM NIJMEGEN
T.a.v. College van Bestuur
Postbus 6578
6503 GB NIJMEGEN
-per aangetekende post en per mail-

Registratiedatum: 07/08/2013



Registratienummer: 13.0002847

Betreft: Regionaal Programma Detailhandel 2013 Stadsregio ArnhemNijmegen

Nijmegen, 6 augustus 2013

Geacht College van Bestuur,

Middels de Kamer van Koophandel bereikte ons op 28 juli het verzoek om vóór 8 augustus te reageren op een door u aangeboden stuk met de datum 27 juni 2013. Dit bericht ontvingen wij pas vorige week en bovendien midden in een vakantieperiode.

De Kamer van Koophandel heeft reeds een eerste algemene reactie geformuleerd waar wij ons achter scharen.

Daarnaast menen wij namens de vele ondernemers die het programma aangaat met veel teleurstelling en zelfs boosheid te moeten reageren.

De afgelopen tijd hebben de organisaties die deze brief mee ondertekenen zich toch uitgebreid ingezet met rapporten en deskundigen om u er van te overtuigen dat de door u voorgestane koers onverantwoord is.

In het nu aan ons door u voorgelegde rapport menen we onjuiste begrippen, tegenstellingen, niet goed onderbouwde vooronderstellingen en weinig gevoel voor de huidige economische omstandigheden die niet conjunctureel maar structureel zijn te lezen.

Concrete ontwikkelingen die nu plaats vinden binnen klein en groot bedrijf verdienen meer aandacht.

Daarnaast heeft intussen een gesprek plaats gehad met de gedeputeerde die bezig is een visie te schrijven. Wij menen in dat gesprek gehoord te hebben dat de gedeputeerde een meer genuanceerde standpunt heeft, waarbij zij overigens uw onderling overleg uiteraard zeer belangrijk vindt.





Al met al doen wij een serieus beroep op u om later dan 8 augustus nauwkeurig inhoudelijk op uw stuk te mogen reageren.

Met vriendelijk groet,

City Centrum Arnhem
Stichting Binnenstadmanagement Arnhem
Vereniging Winkelcentrum Kronenburg Arnhem
Vereniging Centrum Ondernemers Nijmegen
Huis voor de Binnenstad Nijmegen
Ondernemers Vereniging Bommel
Ondernemers Vereniging Winkelcentrum Dukenburg
Elster Ondernemers Vereniging
Ondernemersvereniging Woonboulevard Nijmegen

Namens deze,

Huis voor de Binnenstad Nijmegen
Hubert Hendriks, voorzitter
Maarten Mulder, binnenstad manager



Registratiedatum: 06/08/2013



Registratienummer: 13.0002838

CBRE

CBRE B.V.
PO Box 7971
1008 AD Amsterdam
Gustav Mahlerlaan 405
1082 MK Amsterdam
The Netherlands

+31 (0)20 626 26 91
netherlands@cbre.com
www.cbre.nl

Trade register Amsterdam
no 33191573
Regulated by RICS

PER AANGETEKENDE POST EN PER MAIL

Stadsregio Arnhem Nijmegen College van Burgemeester en Wethouders
T.a.v. College van Bestuur
Postbus 6578
6503 GB NIJMEGEN

Amsterdam, 5 augustus 2013

Onze referentie: WCh/TdL/NN130722.b

Onderwerp: Reactie op het Regionaal Programma SAN 2013

Geacht College van Bestuur,

Middels deze brief treft u hierbij een gezamenlijke reactie aan van drie institutionele beleggers op het Regionaal Programma Detailhandel SAN 2013. Het betreft een reactie van:

- de besloten vennootschap Generali Real Estate Investments B.V., gevestigd te (1112 XN) Diemen aan de Diemerhof 42);
- de naamloze vennootschap MN N.V., gevestigd te (2500 GA) Den Haag aan de Prinses Beatrixlaan 15;
- de besloten vennootschap Syntrus Achmea Real Estate & Finance B.V., gevestigd te (1040 KH) Amsterdam aan de Gatwickstraat 1.

hierna te noemen 'betrokken beleggers'.

Betrokken beleggers zijn eigenaar of treden als assetmanagementorganisatie op namens eigenaar van het winkelgebied Marikenstraat te Nijmegen, dat een belangrijke trekkersrol vervult voor de detailhandel in de binnenstad van Nijmegen. Om deze trekkersrol blijvend te kunnen vervullen zijn betrokken beleggers continue actief bezig met dit winkelgebied. Daarnaast treden Syntrus Achmea Real Estate & Finance B.V. en MN N.V. tevens als assetmanagementorganisatie op namens eigenaar van de woonboulevard Novium in Nijmegen.

De reactie heeft betrekking op het Regionaal Programma Detailhandel 2013 (RPD), dat in opdracht van het College van Bestuur op 27 juni 2013 is opgesteld door BRO. De reactie bestaat uit 3 delen:

Inbedding van de ontwikkeling Ressen (Vlek 14) in de 'Omgevingsvisie' van de Provincie ontbreekt, maar is natuurlijk wel degelijk gewenst.

Een recente provinciale visie op de detailhandel, waaraan bovenlokale planinitiatieven getoetst kunnen worden, ontbreekt nog. De Provinciale Staten van Gelderland is voornemens om eind dit jaar de 'Omgevingsvisie' vast te stellen. In het conceptplan 'Omgevingsvisie' is een heldere visie en een duidelijk kader verwoord om te komen tot een duurzame detailhandelsstructuur in de Provincie.

De hoofdlijnen zijn:

- De (bestaande) detailhandel dient bij te dragen aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen.
- De vraag naar winkelruimte neemt af door economische en technologische ontwikkelingen.
- Terugdringen van overcapaciteit van winkelruimte, teneinde leegstand en verpaupering te voorkomen.

Er wordt nu goedkeuring gevraagd op een Regionaal Programma Detailhandel, waarvan onduidelijk is wat de positie en bijdrage is in de versterking van de totale detailhandelsstructuur van de Provincie Gelderland.

Het is zeer raadzaam om de juiste volgorde te kiezen: wachten op de vaststelling van de Omgevingsvisie, om vervolgens het Regionaal Programma SAN 2013 hieraan te (kunnen) toetsen.

Het Regionaal Programma Detailhandel is dan op een goede wijze ingekaderd in het (detailhandels)beleid van de Provincie.

Het spook van leegstand doemt (steeds meer) op: de leefbaarheid van steden en dorpen komt onder druk te staan

Ondanks dat er sprake is van een dalende vraag naar m² winkeloppervlak, kiest U desondanks voor de ontwikkeling van een retailpark in Ressen (vlek 14). Het niet willen of kunnen inpassen van volumineuze goederen, bouwmarkten en grootschalige detailhandel in de bestaande winkelgebieden tast het voortbestaan aan van diverse winkels voor niet dagelijkse boodschappen. Zeker als in Ressen naast de megabouwmarkt op termijn ook andere niet reguliere PDV-branches mogelijk zijn (alleen mode en dagelijkse artikelen lijken uitgesloten). Het functioneren van de detailhandel staat door de huidige economische crises en de autonome trends en ontwikkelingen in de retail al enorm onder druk, wat verder versterkt wordt door ruimtelijke spreiding van de detailhandel. De binnenstad van Nijmegen en woonboulevard Novium ondervinden hier inmiddels al de gevolgen van.

Nederland kent nu al een historisch hoge leegstand. De verwachting is dat gezien de economische situatie deze leegstand verder zal toenemen (Droogh Trommelen en Partners, leegstandsbarometer winkelmarkt, april 2012). (Toenemende) leegstand en verpaupering zullen de leefbaarheid in de steden en dorpen verder aantasten.

Door te kiezen voor ruimtelijke spreiding in plaats van (de zo gewenste) concentratie van detailhandelsvoorzieningen ontstaan naast toenemende leegstand ook nadelige gevolgen voor de veiligheid en leefbaarheid in steden en dorpen. Dit lijkt haaks te staan op hetgeen is geformuleerd in het conceptplan 'Omgevingsvisie' van de Provincie.

Branchevervaging en handhaving

Er is een duidelijke markttrend zichtbaar van verregaande branchevervaging die in de praktijk door een gemeente niet of nauwelijks (meer) te handhaven valt. Bouwmarkten en tuincentra bijvoorbeeld verkopen tegenwoordig allerlei artikelen welke je in andere branches in reguliere winkelcentra tegenkomt (fietsen, huishoudelijke artikelen etc.). En in sommige grootschalige sportzaken wordt inmiddels meer (vrijtijds-) mode verkocht dan sportartikelen. 'Pseudo' branchering door overheidsinstanties dient daarom voorkomen te worden. Met andere woorden: de overheid moet niet willen sturen op branchering, maar alleen op wel/geen retail op bepaalde locaties.

Met bovenstaande inleidende argumentatie is ruimschoots aangetoond dat het onverstandig is om (nu) het Regionaal Programma Detailhandel vast te stellen.

Verstandiger is het om het vaststellen van het (wellicht aangepaste) Regionaal Programma Detailhandel op te schorten tot na de vaststelling van de Provinciale Omgevingsvisie.

In het vertrouwen u hiermede voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

CBRE Retail Development Services

Drs. W.A.G. Christiaanse MRE
Associate Director

C.c.: Generali Real Estate Investments, mevrouw A. Verbij
MN, dhr. R. Roggeveen
Syntrus Achmea Real Estate & Finance, P. Bronsveld

D. Voorlopige reactie provincie

Op 27 augustus heeft Gedeputeerde Staten een voorlopig besluit genomen over het Regionaal Programma Detailhandel. Het voorlopige besluit is toegevoegd (zie volgende pagina).

Registratiedatum: 28/08/2013



Registratienummer: 13.0003070



provincie
GELDERLAND

Bezoekadres
Huis der Provincie
Markt 11
6811 CG Arnhem

Postadres
Postbus 9090
6800 GX Arnhem

telefoonnummer (026) 359 91 11
telefaxnummer (026) 359 94 80
e-mailadres post@gelderland.nl
internetsite www.gelderland.nl

Het college van Bestuur
van de Stadsregio Arnhem Nijmegen
Postbus 6578
6503 GB NIJMEGEN

datum	zaaknummer
27 augustus 2013	2012-002027
onderwerp	
Reactie op regionale programmering detailhandel Stadsregio	

Geacht college,

Op 29 augustus wordt in uw college het Regionaal Programma Detailhandel (RPD) behandeld. U wilt dit RPD voor besluitvorming voorleggen aan de Stadsregioraad op 24 oktober aanstaande.

Het doel van het RPD is het vaststellen van een visie op de detailhandelsstructuur in de Stadsregio en het vastleggen van afspraken tussen de deelnemende gemeenten over nieuwe detailhandelontwikkelingen in de regio. Het RPD is onder uw regie in samenwerking met de gemeenten in de regio tot stand gekomen met een marktanalyse en advisering van het bureau BRO. Ook de provincie is ambtelijk en bestuurlijk betrokken geweest bij de tot standkoming van het RPD.

U heeft aan de start van het proces aan ons gevraagd of we ons Wro-instrumentarium willen inzetten om de regionale afspraken in het RPD (juridisch en bestuurlijk) te verzegelen. We hebben aangegeven dat we bereid zijn dit te doen indien de afspraken in het RPD passen binnen de beleidskaders van de ontwerp omgevingsvisie.

In deze brief geven we onze reactie op uw visie op de detailhandel in het RPD en geven we aan of dit past binnen het beleid in de ontwerp omgevingsvisie. Onze reactie heeft betrekking op twee onderdelen:

- a. De voorgestelde keuzen ten aanzien van de perifere locaties voor grootschalige detailhandel.
- b. De (overige) regionale programmatische afspraken in het RPD.

a. perifere locaties voor grootschalige detailhandel

Algemeen

Om te beginnen spreken we onze waardering uit voor de samenwerking tussen de gemeenten in de regio en de gemaakte afspraken in het RPD. Wij zijn ons ervan bewust dat dit gepaard gaat met moeilijke keuzen met name waar het gaat om de geplande locaties voor grootschalige perifere detailhandel. De plannen voor perifere detailhandel zijn veelal ontwikkeld in een

inlichtingen bij dhr. A.T.J. Teunissen

e-mailadres post@gelderland.nl

telefoonnummer (026) 359 98 38

BNG 's-Gravenhage, rekeningnummer 28.50.10.824
Rabobank, rekeningnummer 14.39.37.529
ING, rekeningnummer 869762
btw-nummer NL001825100.B03

IBAN-nummer NL74BNGH0285010824
SWIFT/BIC: BNGHNL2G

economisch goede tijd voor de crisis. Inmiddels worden we geconfronteerd met een nieuwe realiteit. We worden ons er steeds meer van bewust dat de afname van de vraag niet alleen door de crisis veroorzaakt wordt, maar dat dit structureel is; onder meer door internetwinkelen, de vergrijzing en een afname van de bevolkingsgroei. De consequentie daarvan is dat oorspronkelijke plannen bijgesteld moeten worden, dit vergt moeilijke keuzen met vaak grote financiële gevolgen voor de betrokken gemeenten vanwege grondaankopen. Wij hebben begrip hiervoor. Het maken van keuzen is echter van belang om te komen tot een vitale regionale detailhandelsstructuur en om problemen op langere termijn te voorkomen.

In ons beleid in de ontwerp omgevingsvisie zijn we zeer terughoudend met de uitbreiding van het winkelopervlak, met name op perifere locaties. De vitaliteit van winkelgebieden in de (binnen)steden staat centraal. We willen de negatieve gevolgen op de vitaliteit door leegstand voorkomen en willen daarom overcapaciteit van winkels op regionaal niveau beperken. In de ontwerp omgevingsvisie hebben we aangegeven dat we als provincie een rol hebben bij het afstemmen van regionale detailhandelsontwikkelingen. We willen een rem op de uitbreiding van detailhandel op perifere locaties. In de provincie is slechts ruimte voor enkele grote locaties voor perifere detailhandel, daarbij kan aangesloten worden bij al bestaande locaties in de stedelijke netwerken en grote centrumsteden. Om te komen tot een locatiekeuze voor de opvang van grootschalige detailhandel moet op regionaal niveau afstemming plaats vinden.

Bij de afweging van de locaties en de besluitvorming erover staat bij ons nieuwe beleid de ladder voor duurzaam ruimtegebruik centraal. De ladder vraagt om een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming. De gedachte achter de ladder is om eerst te kijken naar de mogelijkheden in het bestaande stedelijk gebied voordat overgegaan wordt tot nieuwe ontwikkelingen aan de randen van de steden. De ladder vraagt ten eerste om regionale behoefte kwalitatief en kwantitatief aan te tonen en vervolgens om te kijken of de behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied op te vangen is. Ook vraagt de ladder om aan te tonen wat de gevolgen zijn van de voorgestane perifere ontwikkelingen voor de bestaande winkelgebieden en de binnensteden.

Wij zijn bereid om als provincie waar nodig een regierol te vervullen. In toenemende mate wordt door verschillende (markt)partijen in de regio en daarbuiten een beroep gedaan op de provincie om een (regie)rol te spelen bij de regionale afstemming. Deze partijen waarschuwen voor een afnemende vraag naar winkels en de leegstand die ontstaat en de noodzaak om keuzen te maken om winkelgebieden aantrekkelijk te houden. We vinden het van belang om de argumenten van deze partijen te betrekken bij de te maken afweging. Ook is er in de Tweede Kamer een motie aangenomen waarin er bij de provincies op aangedrongen wordt om regionale detailhandelsstructuurvisies op te stellen en te handhaven met algemene regels zoals de verordening.

Reactie op de keuzen ten aanzien van de perifere locaties

Wij zijn positief over de gemaakte regionale programmatie afspraken waarbij de oorspronkelijke plannen zijn verminderd, verkleind en voor een deel voor een periode van 3 jaar bevroren. Wij vinden echter dat er nog onvoldoende scherpe keuzen gemaakt zijn en maken ons daarbij vooral zorgen over de ontwikkeling van een grote bouwmarkt in Ressen te Nijmegen. In ons beleid gaan we uit van maximaal één grote (boven-) regionale perifere locatie voor grootschalige detailhandel per regio. In de Stadsregio is gekozen voor Duiven Nieuwgraaf als (boven-) regionale toplocatie op het thema "wonen / in en om het huis" met een bij dat thema passende uitstraling en functionele invulling. Uit de marktanalyse blijkt dat deze locatie met name door de al aanwezige Ikea goede potenties heeft. We stemmen in met deze conclusie en met de keuze voor een duidelijk profiel. We gaan er daarbij wel vanuit dat de uitbreiding, die inmiddels al in een bestemmingsplan is vastgelegd, een afgeronde ontwikkeling betreft en dat er geen verder uitbreiding van het aantal vierkante meter in Duiven plaats vindt.

Ons standpunt is dat er naast Duiven geen tweede grote regionale perifere locatie nodig is voor grootschalige detailhandel. Wij maken ons in dit verband zorgen over het ontwikkelen van een grote bouwmarkt in Ressen en de gevolgen van de ontwikkeling voor de binnenstad en de bestaande winkelgebieden. We ondersteunen de keuze in het RPD om in het licht van de onzekere marktontwikkelingen de eerste drie jaar na het vaststellen van het RPD geen retailpark te ontwikkelen. Maar gezien de onzekere ontwikkeling en invulling van de locatie Ressen vragen we ons af het verstandig is om nu al de keuze te maken om op deze perifere locatie 'solitair' een grote bouwmarkt te ontwikkelen. We vragen u daarom om ook het plan voor het ontwikkelen van een bouwmarkt voorlopig te bevriezen. En om eerst meer duidelijkheid te krijgen over de gewenst (alternatieve) invulling van de locatie Ressen.

Ook maken we ons zorgen over de ontwikkeling van een grote sportzaak in de Rijnhal. Hoewel het hier een ontwikkeling betreft in een bestaand gebouw gelegen op een centrale locatie in het bestaand stedelijk gebied, vragen we wel om inzichtelijk te maken wat de gevolgen zijn van de uitbreiding van het winkeloppervlak voor sport voor de binnenstad en welke maatregelen getroffen worden om de bestaande winkelgebieden vitaal te houden conform de ladder voor duurzaam ruimtegebruik.

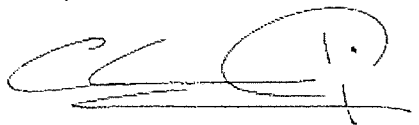
Wat betreft de detailhandelsontwikkelingen op de locatie spoorallee Zevenaar ondersteunen we de keuzen in het RPD. Zevenaar heeft echter een vastgesteld bestemmingsplan (uit 2007). U hebt ons de vraag gesteld wat de juridische en bestuurlijke mogelijkheden zijn om Zevenaar te binden aan de regionale keuzen in het RPD. We willen bestuurlijk overleg met u en de gemeente Zevenaar over de locatie spoorallee mede in relatie tot de bredere gebiedsontwikkeling waarvan de locatie spoorallee onderdeel is. We beraden ons daarbij op de mogelijkheden die het Wro-instrumentarium biedt om Zevenaar te houden aan de regionale afspraken.

b. Programmatistische afspraken in het RPD

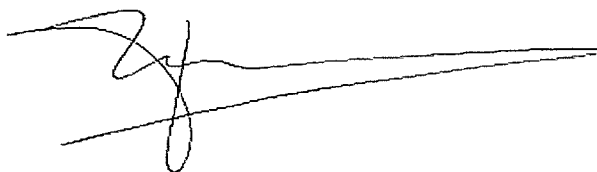
Wij zijn positief over uw initiatief om te komen tot een regionale visie op detailhandel en om deze uitwerken in concrete afspraken over de regionale programmering van de detailhandelsontwikkelingen. Hoewel de discussie zich vooral toespitste op grootschalige perifere detailhandel bevat het RPD een brede visie op detailhandelsontwikkeling en afspraken over diverse onderwerpen zoals woonboulevards, de hoofdwinkelcentra, detailhandel op bedrijventerreinen, internetafhaalpunten et cetera. Tot slot bevat het RPD afspraken over de regionale afstemming en toetsing van detailhandelsinitiatieven en het monitoren van ontwikkelingen. We spreken onze waardering uit voor de visie en afspraken onder meer over branchering van locaties en fasering van ontwikkelingen. Ook ondersteunen we de aandacht die besteed wordt - aan het beperken van ongewenste - perifere detailhandel op bedrijventerreinen. We roepen gemeenten op het beleid strikter te handhaven zodat ongewenste ontwikkelingen worden voorkomen (als voorbeeld hierbij noemen we een Action en Intersport-outlet store op het bedrijventerrein de Kleefse Waard in Arnhem). Tot slot steunen we het agenderen van leefbaarheid en de omgang met leegstand in (kleinere) kernen met name ook omdat aan de randen van de Stadsregio sprake is van een afname van de bevolkingsgroei. Wij zien het RPD als een dynamisch document, waarbij afspraken aangepast kunnen worden aan veranderende ontwikkelingen in de markt en de maatschappij. Met name voor detailhandel is dit van belang omdat deze markt de komende jaren geconfronteerd wordt met aanzienlijke veranderingen en onzekerheden.

Afgezien van de keuzes ten aanzien van de perifere ontwikkelingen op de locatie Ressen in Nijmegen en in de Rijnhal in Arnhem stemmen wij in met de visie en afspraken in het RPD zoals dat nu in concept gereed is en zijn bereid ons Wro-instrumentarium(omgevingsverordening) in te zetten om de afspraken te verzegelen. Dit gebeurt op een vergelijkbare manier als bij het Regionaal Programma Bedrijventerreinen (RPB).

Hoogachtend,
Gedeputeerde Staten van Gelderland,



Commissaris
van de Koning



secretaris

